



Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης

Πανεπιστήμιο Αιγαίου



# Η “οικοδόμηση” του ορεινού τουρισμού στη περιοχή του Τροόδους

Γιάννης Σπιλάνης

Αν. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αιγαίου

*Δ/ντης Παρατηρητηρίου Βιώσιμου Τουρισμού Αιγαίου*

Πλάτρες, 23-7-2018



# Αξονες διάγνωσης - πολιτικής

- Τουριστικό Προϊόν: παραγωγή, εικόνα και διακίνηση
- Τουριστικό προϊόν και διαφοροποίηση του με βάση ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και πόρους λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις στις αγορές
- Τουριστικό προϊόν και ποιότητα δημόσιων και ιδιωτικών υπηρεσιών
- Τουριστική Διακυβέρνηση

# SWOT – Πλεονεκτήματα (1)

- Στοιχεία της φύσης σημαντικά και παγκόσμια αναγνωρισμένα (Γεωπάρκο, περιοχή Natura)
- Σημαντικά πολιτιστικά μνημεία με κυριότερα τα μνημεία χαρακτηρισμένα από την Unesco
- Δομημένο περιβάλλον σε αρκετά καλή κατάσταση με αρκετούς παραδοσιακούς οικισμούς να διατηρούν τον χαρακτήρα τους
- Πολλές χαραγμένες πεζοπορικές διαδρομές
- Αρκετές αθλητικές υποδομές που χρειάζονται αναβάθμιση
- Εκπαιδευτικές υποδομές που όμως υπολειτουργούν

# SWOT – Πλεονεκτήματα (2)

- Σημαντικός αριθμός οικοτεχνιών (πολλών από τις οποίες είναι χωρίς άδεια λειτουργίας) που μπορούν να συμβάλουν στον εμπλουτισμό του τοπικού προϊόντος εφόσον μπορέσουν να λειτουργήσουν νόμιμα
- Εξαιρετικές καιρικές συνθήκες για μεγάλη χρονική περίοδο μέσα στο χρόνο
- Καλό επίπεδο πληρότητας και καλές οικονομικές αποδόσεις από ορισμένες σύγχρονες μονάδες με τη μορφή των αγροκαταλυμάτων
- Καλό οδικό δίκτυο που χρειάζεται σημειακές βελτιώσεις χωρίς να αλλοιώσει το τοπίο
- Πολλές γενικού χαρακτήρα υποδομές (πχ. πολιτιστικά κέντρα, αίθουσες εκδηλώσεων κλπ) που υπολειτουργούν και μπορούν να αξιοποιηθούν υπέρ του τουρισμού

# SWOT – Μειονεκτήματα (1)

- Ασθενή τουριστική εικόνα της Κύπρου στη παγκόσμια αγορά, εστιασμένη στο προϊόν των 3S και στη παράκτια ζώνη που δεν αφορά το Τρόδος
- Υψηλή συγκέντρωση των επισκεπτών της Κύπρου σε δύο εθνικότητες
- Υψηλή εποχικότητα του κυπριακού τουρισμού (συνολικά)
- Δυσκολία για να προωθηθεί στη παγκόσμια τουριστική αγορά ότι η Κύπρος ως μεγάλο νησί διαθέτει και άλλα θέλγητρα
- Ελλειψη σαφούς τουριστικής εικόνας για το Τρόδος πέρα από την έμφαση στη «πράσινη καρδιά» ή στο «hills resorts» που μάλλον καταγράφει τι συνέβαινε προ 100ετίας
- Χαμηλό ενδιαφέρον του ΚΟΤ στη προώθηση του Τρόδος ως ξεχωριστού προορισμού παρά την ίδρυση της Εταιρείας Τουριστικής Ανάπτυξης Τροόδους
- Αδυναμία τουριστικής και γενικότερα αναπτυξιακής διακυβέρνησης με στοχοθεσία παρά την παρουσία 2 αναπτυξιακών εταιρειών εξειδικευμένων στη περιοχή.
- Πολύ μικρός βαθμός συνεργασίας των τοπικών επιχειρηματιών μεταξύ τους
- Ελλειψη ισχυρών παικτών στον τουριστικό τομέα που θα επέτρεπε να υπάρξει μια συνολική στρατηγική

# SWOT – Μειονεκτήματα (2)

- Αδυναμία αξιοποίησης αθλητικών ομοσπονδιών στις θεματικές που σχετίζονται με τις δυνατότητες ανάπτυξης ειδικού τουρισμού στο Τρόοδος
- Υψηλή εξάρτηση του Τρόοδος από εσωτερικό τουρισμό Σαββατοκύριακου μετά τη σταδιακή «κατάρρευση» του μοντέλου ως προορισμός των Βρετανών της ευρύτερης Α.Μεσογείου
- Χαμηλό επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις παλιές ξενοδοχειακές μονάδες που δεν έχουν αναβαθμιστεί
- Πολλές μονάδες και στον κλάδο των εστιατορίων λειτουργούν χωρίς αδειοδότηση
- Προβλήματα στην εξεύρεση ανθρώπινου δυναμικού για τη στελέχωση των μονάδων λόγω μικρής περιόδου και χαμηλών εσόδων
- Χαμηλό επίπεδο εξυπηρέτησης μετακινήσεων με ΜΜΜ
- Μη ύπαρξη ειδικών προδιαγραφών κατασκευής και λειτουργίας για τουριστικές επιχειρήσεις και υπηρεσίες προσαρμοσμένες στη κλίμακα και γενικότερα στις ιδιαιτερότητες του ορεινού όγκου

# SWOT - Ευκαιρίες

- Η αύξηση του αριθμού των πολιτών παγκόσμια που αναζητά την απόκτηση εμπειριών
- Η αύξηση του αριθμού των τουριστών που ενδιαφέρεται για ειδικού περιεχόμενου δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών του (ειδικές μορφές τουρισμού)
- Η πολιτική αστάθεια στη περιοχή που όπως φαίνεται τα τελευταία χρόνια έχει μετατοπίσει τουριστικές ροές
- Η αξιοποίηση της θέσης της Κύπρου στη περιοχή της Μ.Ανατολής για προσέλκυση πελατείας από τις χώρες αυτές
- Η μεταρρύθμιση που υλοποιεί η Κυπριακή Δημοκρατία σε ότι αφορά τη πολιτική και τη διακυβέρνηση του τουρισμού μέσα από μια ολιστική προσέγγιση που θα πρέπει να λάβει υπόψη την ιδιαίτερη περίπτωση του Τρόοδους.
- Η ρητά εκπεφρασμένη πολιτική πρόθεση για θεσμοθέτηση, σχεδιασμό και υλοποίηση ιδιαίτερης ολοκληρωμένης πολιτικής για την ορεινή Κύπρο με έμφαση στο Τρόοδος
- Η τροποποίηση του συστήματος κατάταξης των καταλυμάτων

# SWOT - Κίνδυνοι

- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από χώρες χαμηλού κόστους παραγωγής και υψηλού φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος
- Η οικιστική πίεση που ασκείται από τα παράλια και γενικά από τα αστικά και τα τουριστικά κέντρα προς την ενδοχώρα να υποβαθμίσει τη περιοχή
- Η επιδείνωση της έντασης στη περιοχή μπορεί να ανατρέψει τη μέχρι σήμερα θετική εκτροπή των ροών προς τη Κύπρο
- Η επέκταση του τουρισμού διαμερισμού
- Η επιδείνωση της κλιματικής αλλαγής
- Η πολιτική αστάθεια στην ευρύτερη περιοχή



# Συμπερασματικά

- Ο τουρισμός του Τρόοδος βασίζεται ακόμη στη λογική των «ορεινών θερέτρων» του προηγούμενου αιώνα. Στις άλλες περιοχές της Ευρώπης που είχε αναπτυχθεί αυτής της μορφής ο τουρισμός, έκλεισε τον κύκλο ζωής με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού παραλίας τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια.
- Το κράτος από τη μεριά του προσπαθούσε να δημιουργήσει υποδομές και υπηρεσίες ικανοποιώντας αιτήματα των κοινοτήτων που έβλεπαν τα χωριά τους να φυλλοροούν και από την άλλη οι επιχειρηματίες να βρουν τα μέσα ώστε να διατηρήσουν ζωντανό το επενδυμένο τους κεφάλαιο.
- Σήμερα, που η τάση είναι για βιώσιμο τουρισμό σε βιώσιμους προορισμούς που να βελτιώνουν την ικανοποίηση και τη ποιότητα ζωής των κατοίκων παράλληλα με την απόκτηση εμπειριών από τους τουρίστες μέσα από την ανακάλυψη των τόπων που επισκέπτονται, υπάρχει μια νέα ευκαιρία για το Τρόοδος. Αλλάζοντας το παραγωγικό του μοντέλο, αλλά όχι τη φυσιογνωμία της περιοχής. Δημιουργώντας ένα «νέο» παραγωγικό μοντέλο που να είναι οικονομικά βιώσιμο, κοινωνικά δίκαιο και περιβαλλοντικά σταθερό.

# Διάγνωση (1)

Η ανάλυση των Ισπανών δείχνει μια σειρά από αδυναμίες του κυπριακού τουρισμού:

- η μονοθεματικότητα,
- η υψηλή εποχικότητα,
- η υποβάθμιση του δομημένου περιβάλλοντος,
- Σημαντικά προβλήματα στη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών
- η χαμηλή σύνδεση του με άλλους κλάδους της οικονομίας

## Διάγνωση (2)

Η ανάλυση σε ότι αφορά τον τουρισμό του Τρόοδος έχει δείξει μια σειρά προβλήματα παρά κάποιες μεμονωμένες επιτυχίες:

- η εξέλιξη του αριθμού των διανυκτερεύσεων,
- η χαμηλή πληρότητα των μονάδων
- οι ποιοτικές εκτιμήσεις εκ μέρους εκπροσώπων των τοπικών επιχειρήσεων κατά τις διάρκειες συναντήσεων εργασίας που έγιναν

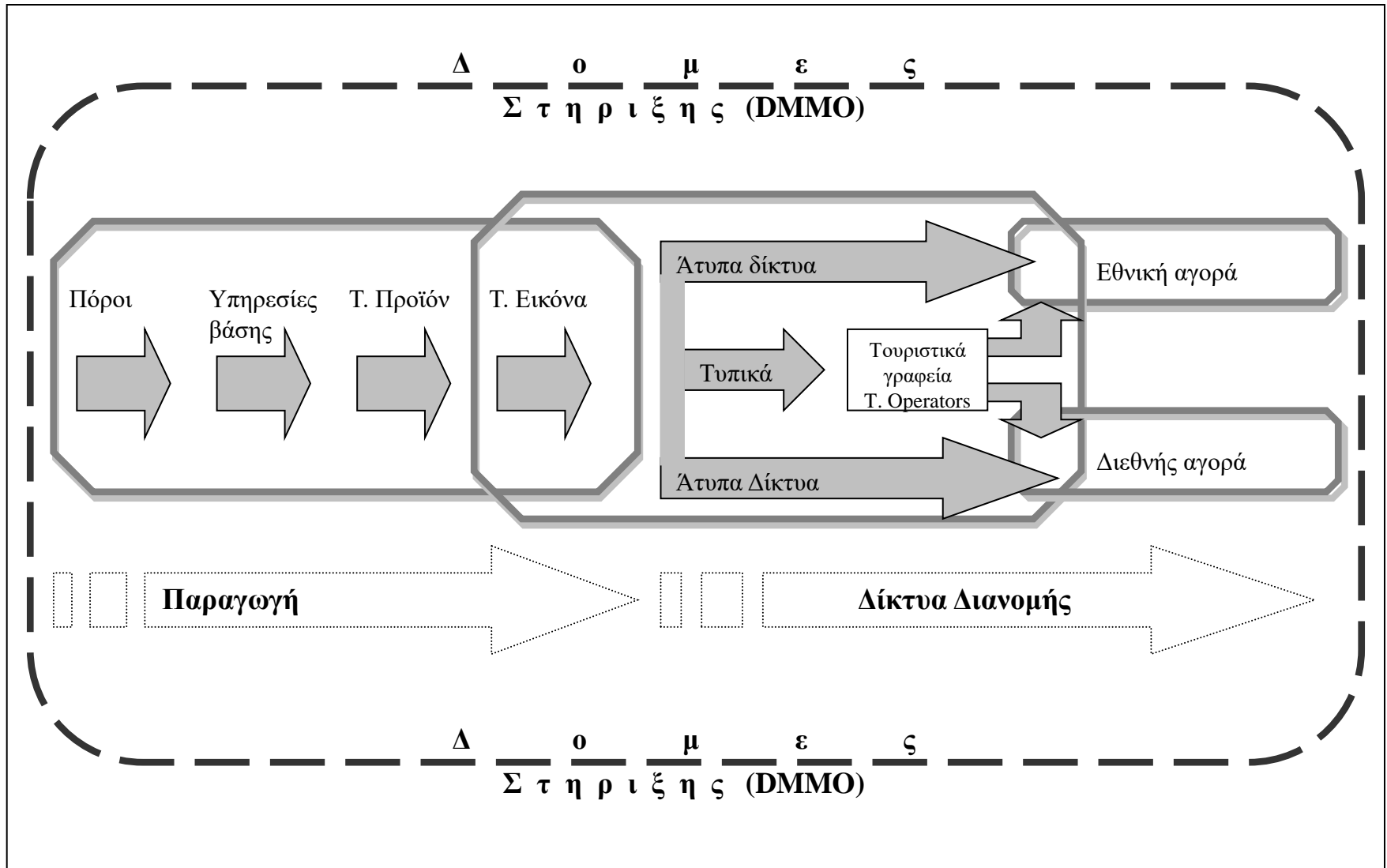
# Διάγνωση (3)

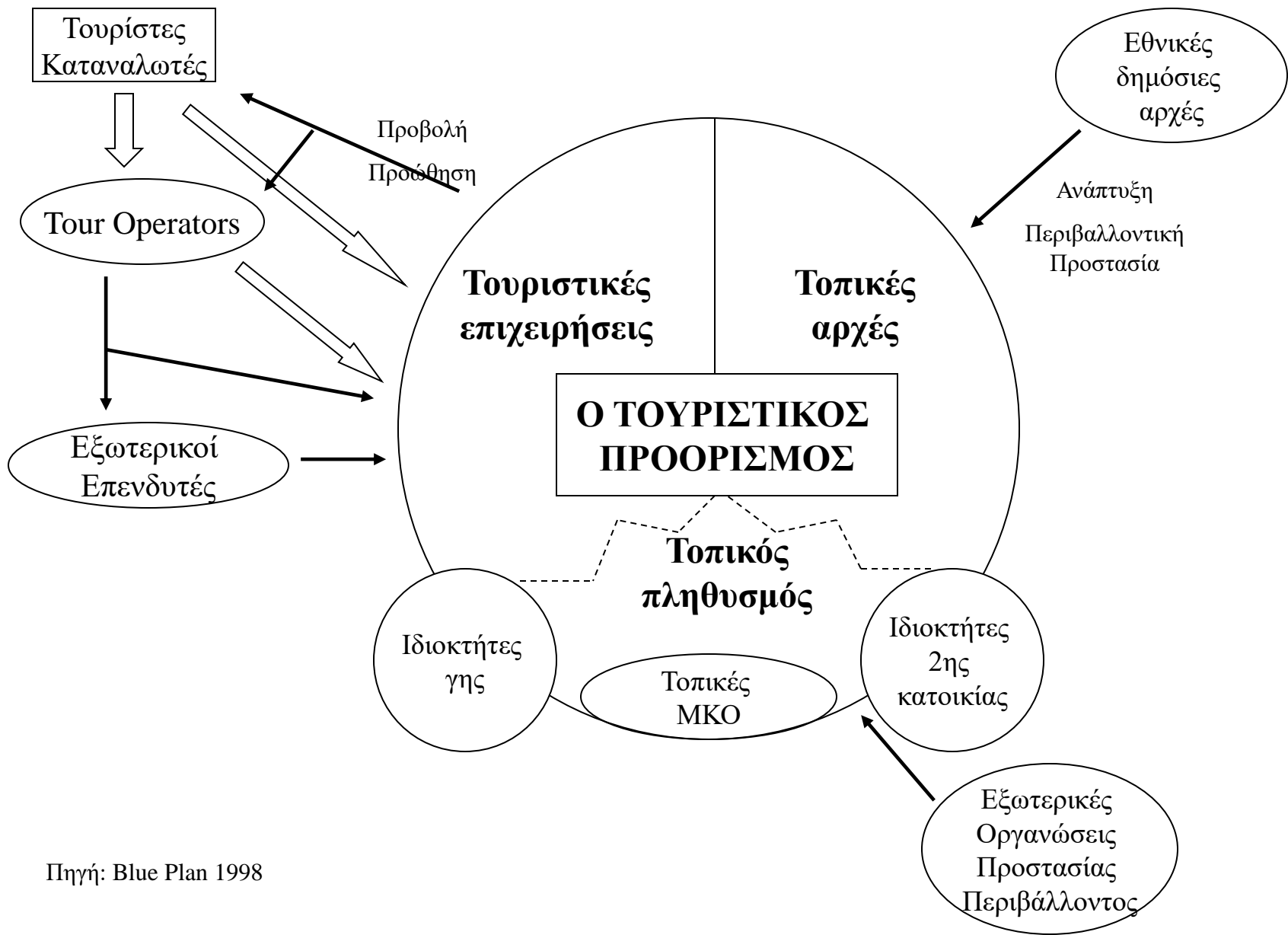
Οι προηγούμενες μελέτες και ο βαθμός εφαρμογής τους:

- οι γενικές στρατηγικές και τα ειδικά προϊόντα (ευεξίας, κρασιού, θρησκευτικός, ποδηλατικός...)
- Η διακυβέρνηση του τουρισμού: ΚΟΤ και Αναπτυξιακές.
- Η τουριστική προβολή

Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι παράγοντες επιτυχίας/αποτυχίας στη μέχρι σήμερα πολιτική;

# Τουριστικό προϊόν και αγορές





Πηγή: Blue Plan 1998

# Εθνική Στρατηγική και Τρόδος

## Ερώτηση:

### Γιατί να έρθει ένας τουρίστας στο Τρόδος;

- Οι πόροι, η μοναδικότητα τους (η ελκυστικότητα) και ο βαθμός αξιοποίησης τους
- Οι δραστηριότητες και οι ειδικές μορφές τουρισμού. Συμμετοχικός και δημιουργικός τουρισμός στα επιμέρους προϊόντα
- Η οργάνωση των προϊόντων (διασύνδεση υπηρεσιών) και η σύνδεση με τους άλλους τομείς
- Η εικόνα, η μοναδικότητα του Τροόδους. «Η πράσινη καρδιά της Κύπρου» αρκεί;

# Προϊόν και Αγορές (1)

- Προώθηση μιας **διαφορετικής εικόνας του Τρόodos** συνολικά μέσα στην ανάδειξη των μοναδικών στοιχείων της φύσης και του πολιτισμού του κάθε νησιού που αποτελούν την **ταυτότητα** τους όπως διαμορφώθηκε από την πορεία τους μέσα στο χρόνο αφού τη δημιούργησε η φύση και την σμίλεψαν οι άνθρωποι.
- Δημιουργία δραστηριοτήτων που να αναδεικνύουν το παλαιότερο και νεώτερο φυσικό και πολιτιστικό πλούτο του Τρόodos αλλά και να ωθούν σε σύγχρονη πολιτιστική (καλλιτεχνική) και δημιουργική παραγωγή (cultural and creative production).
- **Στόχος** η αναβάθμιση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, αλλά και η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης με υψηλή προστιθέμενη αξία.



## Προϊόν και Αγορές (2)

- Η σύνδεση της γεωλογίας με τα μνημεία και τη παραγωγή είναι απαραίτητη αφού τα χαρακτηριστικά της γης έχουν επηρεάσει το ότι υπάρχει σήμερα και καθόρισαν σε μεγάλο βαθμό την ταυτότητα του τόπου. Η παρουσία των διαφορετικών εποχών σε διαφορετικές "σελίδες": η γένεση του χώρου (γεώτοποι), οι μύθοι, η ιστορία, το σήμερα.
- Τα κλειδιά της ερμηνείας: προκάλεσε, συσχέτισε, αποκάλυψε, ανάδειξε το όλον. Να περάσουμε από το άκουσμα, το διάβασμα, την εικόνα, στη πράξη που επιτρέπει τη μεγαλύτερη αφομοίωση των νέων ερεθισμάτων . Βιωματικός τουρισμός

# Η νέα εθνική στρατηγική (1)

- οι 2 βασικές προτάσεις για ενίσχυση το κυπριακό brand name («the best climate in Europe” & “all around the year”) **αφορούν άμεσα τη περιοχή μελέτης που διαθέτει ατού και για τις δύο περιπτώσεις.**
- Η ενίσχυση του τουρισμού εμπειρίας κάτω από προϋποθέσεις θα ωφελήσει περισσότερο περιοχές που έχουν μείνει σχετικά «άθικτες» σε σχέση με τις τουριστικές ζώνες του νησιού που είναι στην υψηλή τους πλειοψηφία παράκτιες.

# Η νέα εθνική στρατηγική (2)

- 3 από τις 6 top experiences-προϊόντα: “the grand tour of Cyprus”, “Immersion into the roots of Cyprus’ wine and local cuisine” και «Encounter ancient Cypriot culture in charming villages» περιγράφονται με χαρακτηριστικά-πόρους που διαθέτει το Τρόοδος.
- Στη συνολική αξιολόγηση των προϊόντων τα τρία από τα προϊόντα που μπορεί να προσφέρει το Τρόοδος (“itineraries & culture”, “wellness” και “cycling”) βρίσκονται σε πρώτη προτεραιότητα συνολικά για τη Κύπρο και το “nature” σε δεύτερη.

# Πλαίσιο κατάταξης μονάδων

- Τα μεγέθη των μονάδων ανά κατηγορία
- Τα χαρακτηριστικά των κατηγοριών που επιτρέπουν υψηλότερη βαθμολογία
- Τα ειδικά χαρακτηριστικά της περιοχής ίσως απαιτούν ειδική κατηγορία καταλυμάτων

# Τουριστική Διακυβέρνηση

- Ποιος παίρνει αποφάσεις και ποιος τις υλοποιεί
- Πως λαμβάνονται οι αποφάσεις. Τουριστικό Παρατηρητήριο

## Ο ρόλος του Παρατηρητηρίου Βιώσιμου Τουρισμού :

- Γνώση και ανάλυση (ζήτηση, προσφορά, ικανοποίηση)
- Συναντίληψη μεταξύ ενδιαφερόμενων για προβλήματα, λύσεις, όραμα
- Διατύπωση Οράματος και Σχεδίου. Στρατηγικό και επιχειρησιακό σχέδιο Τροοδους
- Σχέδιο υλοποίησης ετήσιο και πολυετές (θητεία Κυβέρνησης, τοπικών αρχών + διάρκεια ΕΣΠΑ)
- Παρακολούθηση υλοποίησης και διόρθωση πορείας

**ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΓΝΩΣΗ**

## Παρατηρητήριο Τουρισμού

1. Διόρθωση - Συμπλήρωση πίνακα με στοιχεία για τους τουριστικούς πόρους, υπηρεσίες και δραστηριότητες
2. Συμπλήρωση ερωτηματολογίων από τουριστικές επιχειρήσεις
3. Συμπλήρωση ερωτηματολογίου «τουριστικού προορισμού»
4. Συμπλήρωση ερωτηματολογίων τουριστών σε όλη τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου
5. Συμπλήρωση ερωτηματολογίων από μόνιμους κατοίκους

## A) Παρέμβαση στη βελτίωση των υπηρεσιών των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

### Πρόταση: Σύστημα «Cyprus/Troodos Quality» για επιχειρήσεις

Το σύστημα αυτό αποτελεί κατ' αρχή ένα εργαλείο αυτοβελτίωσης των επιχειρήσεων στη προσπάθεια τους να παραμένουν ανταγωνιστικές και κερδοφόρες

Το σύστημα αποτελείται από 5 τομείς – στόχους:

- Πρακτικές διοίκησης – βιωσιμότητα επιχείρησης
- Εκπαίδευση – Υγιεινή – Ασφάλεια εργαζόμενων
- Ποιότητα υπηρεσιών – ικανοποίηση πελατών
- Χρήση τοπικών πόρων & προϊόντων Δικτύωση επιχειρήσεων - διαφοροποίηση προϊόντων & διάχυση ωφελειών στη τοπική κοινωνία
- Προστασία περιβάλλοντος και κοινών πόρων



### **β) Παρέμβαση για τη βελτίωση των παρεχόμενων δημόσιων (κοινών) υπηρεσιών - Label για κοινότητες**

#### **Δομή για:**

- Συστηματική παρακολούθηση ικανοποίησης τουριστών, επιχειρηματιών, κατοίκων
- Σύστημα παρακολούθησης επιδόσεων σε ότι αφορά τις δημόσιες λειτουργίες
- Συστηματική εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, εργοδοτών και εργαζομένων, μέσα από την οργάνωση των κατάλληλων σεμιναρίων
- Δημιουργία ομάδας στήριξης των τοπικών επιχειρηματιών για εισαγωγή καινοτομιών στη λειτουργία της επιχείρησής τους μέσω της αξιοποίησης των τοπικών πόρων

## γ) Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος παρακολουθώντας τις εξελίξεις των προτιμήσεων τουριστών και ανταγωνιστικών προορισμών

- Αξιοποίηση των υπαρχόντων πόρων για ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και πόρων κάθε προορισμού (υλικών και άυλων) με στόχο την διαφοροποίηση των προορισμών με βάση τη **«Ταυτότητα Τροόδους»**: **αρχαιολογικές, γαστρονομικές-οινικές-παραγωγικές, φυσιολατρικές-πεζοπορικές διαδρομές**
- Δημιουργία δικτύου επισκέψιμων χώρων με βάση τα σημαντικά ιστορικά στοιχεία και μνημεία

### δ) Βελτίωση του **συστήματος τοπικής τουριστικής διακυβέρνησης**

- Δημιουργία και προώθηση της εικόνας σε επίπεδο προορισμού Τροόδους- **σύστημα προβολής και ενημέρωσης για τις δυνατότητες-δραστηριότητες του προορισμού**
- Δημιουργία **σλόγκαν και διαφημιστικής προβολής** πάνω σε στοιχεία «μοναδικότητας» που θα προτρέπουν τον τουρίστα να έρθει (διαφορετικό μεταξύ Κυπρίων / αλλοδαπών ανά εθνικότητα)
- Δημιουργία **ενός κέντρου ενημέρωσης** των επισκεπτών για την ταυτότητα, την ιστορία και τα αξιοθέατα του Τροόδους
- Η επεξεργασία, η παρακολούθηση υλοποίησης και η αξιολόγηση ενός **σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης** βασισμένου στην ανάδειξη της ταυτότητας του ορεινού όγκου